360° | Case study

Více kanálů, více úspěchů. Jak Czech Virus ovládl trh díky multimediální strategii

Výzva: Prosadit se mezi silnou konkurencí

Czech Virus, značka pro ty, co chtějí víc od svého výkonu i zdraví, hledal cestu, jak prorazit v nabité kategorii doplňků stravy.

Cíl byl jasný: **zvýšit povědomí, posílit tržní podíl a přivést víc zákazníků** na produktové karty.

Značka chtěla být vidět – a zůstat v hlavách i po kliknutí.

heureka!
ads

Řešení: Multimediální mix pro maximální dosah a efektivitu

Abychom Czech Virus dostali do formy i mimo fitness svět, nasadili jsme **multikanálovou strategii**, která pokryla všechny klíčové touchpointy.

Spojili jsme televizi, sociální sítě, YouTube i externí displeje – a díky datům z Heureky jsme zasáhli zákazníky přesně tam, kde nakupují, hledají a rozhodují se.

Výsledek? **Jednotná brand message, silný zásah a růst, který je vidět v číslech.**

Výsledky: Z produktové karty k nákupu: +140 % přechodů do e-shopu

Externí displeje
✓ **1 723 156 impresí, +15 % nad plán a CTR 0,71 %**. Kombinace dat a kreativy, která přitáhla pozornost.

Sociální sítě
✓ **1 524 459 impresí** posílilo viditelnost značky a přivedlo nové uživatele na produktové karty.

YouTube
✓ **730 788 zhlédnutí** – storytelling, který značce dodal tvář i hlas.

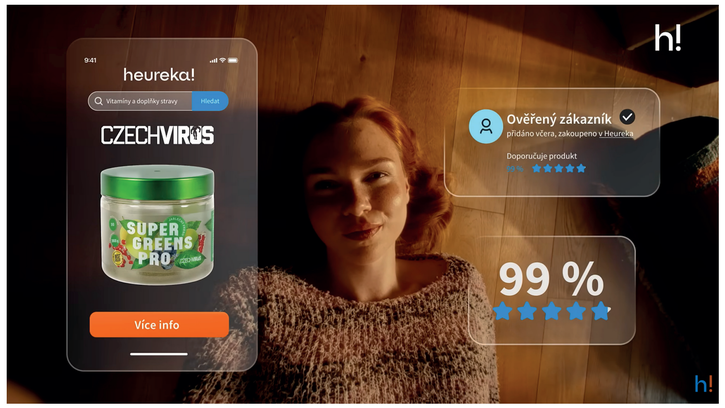
Televizní kampaně
✓ **Dvojitá televizní kampaň** byla velmi úspěšná, přičemž **druhá vlna přinesla o 18 % více GRPů**, což podtrhuje naši schopnost efektivně oslovit široké publikum a posílit značku.

Tržní podíl
✓ Produkt **Super Greens lesní ovoce 360 g** zaznamenal významný **nárůst tržního podílu o 16,57 %**, což svědčí o úspěšné strategii zaměřené na klíčové produkty.

Návštěvnost a angažovanost
✓ **+140 % odchodů z produktové karty do e-shopu** – zákazníci klikali dál a nakupovali.

> „S Heurekou spolupracujeme kontinuálně už několik roků a za tu dobu jsme využili již několik množností společné propagace. Vnímáme sílu Heureky jakožto velké a zavedené značky, která má mezi uživateli internetu autoritu.“
>
> — Czech Virus





1 723 156
impresí z externích displejů

+18 %
GRP oproti plánu TV kampaně

+16,57 %
růst tržního podílu produktu Super Greens

+140 %
nárůst odchodů z produktové karty do e-shopu

CZECHVIRUS